

学校编码: 10384

分类号_____密级

学号: 18720091153109

UDC

廈門大學

碩 士 学 位 论 文

海峡两岸旅游文化观光产业比较研究

Comparative Survey on Cultural Tourism in the Cross-Taiwan Straits

林 宛 婧

指导教师姓名: 周 显 宝 教授

专 业 名 称: 音 乐 学

论文提交时间: 2011 年 5 月

论文答辩日期: 2011 年 6 月

学位授予日期: 2011 年 月

答辩委员会主席:

评 阅 人:

2011 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日:

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

随着经济全球化的日益深入，发展文化创意产业成为各国促进经济发展的重要抓手，越来越多的国家都逐渐重视以各国当地的传统文化以及地方文化特色、艺术的开发与延伸，来促进、协调产业经济的发展，以期在贸易全球化的竞争过程中，占据更多的市场份额。在这样的竞争背景之下，文化创意产业发展势头迅猛，所带来的经济效益日益凸显。近年来，许多急于摆脱金融危机影响的国家更加重视经济发展方式的转变，将文化产业与观光、休闲旅游视为复苏地方经济发展上的重要一环。同为经济全球化链条上的一环，海峡两岸都注重以自然景观和文物古迹、历史遗迹等地区文化特色为前提，努力发展文化创意产业和观光休闲产业，开发一系列衍生产品，吸引更多游客的关注，以各种营销手法提高旅游文化观光产业的经济效益。由于海峡两岸文化同根同源，旅游文化观光产业在经济融合的过程中，交流日益密切，互动也更加频繁，这对整合两岸文化产品与资源、不断促进两岸文化交流深入发展、推动两岸文化融合和经济发展有着深远的意义。

本篇论文将海峡两岸旅游文化观光产业从定义、政策、架构、组织模式等方面进行比较研究，试图分析找出两岸旅游文化观光业的区别与联系；论文还从中国大陆和台湾地区从文化观光景点（北京故宫博物院、台北故宫博物院）的行銷模式等较为详细的个案比较和分析入手，力求总结出两岸旅游文化观光业所面临的诸多问题以及找出相应的应对措施，并从中寻求两岸旅游文化观光产业合作交流的新契机，从而推动两岸经济的繁荣和发展。

关键词：海峡两岸；文化；观光；旅游；产业

Abstract

Under the promotion of the accelerating economic globalization, the development of cultural creative industry has been a crucial approach to spur the economy in various nations, and an increasing number of countries began to emphasize to promote and coordinate the growth of industrial economy to occupy more market share in the fiercely competitive trade globalization through developing traditional culture, cultural identities and art. In that context, the cultural creative industry develops drastically to bring huge economic profits. Recently, some countries which are itching to emerge from the financial crisis pay more attention to the transformation of the mode of economic development and regard cultural industry and tourism as an important step of recovery of local economy. Thus, The cross-strait first pays attentions to the natural landscape and cultural heritages and historical relics and other local cultural characteristics to flourish the culture creative industry and tourism, and develop a series of derivatives to attract more tourists' attention to improve economic benefits of the cultural tourist industry trough various marketing strategies. Because people on both sides of the Taiwan Straits who share the same culture and history, in the process of economic their culture tourism constantly integrate and communicate and their interact also more frequently and closely, which is significant to facilitate cross-strait cultural communication further to promote their cultural integration and economic development.

This paper compare the cultural tourism industry between the cross-strait by analyzing their definitions, policies, structures, organizing modes to survey the difference and connection between cross-strait cultural and tourism. Through comparing the typical cases, I will summarize finally the problems and challenges encountered in cultural tourism and solutions to these difficulties to look for new opportunities in terms of cross-strait communication and strengthen the economic development as well as cultural tourism development.

Keywords: The Strait; Culture; Tourism; Industry

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT.....	II
绪 论.....	1
第一章 理论文献与概念定义梳理.....	3
第一节 文化与文化产业相关定义.....	3
1.1.1 文化的定义.....	3
1.1.2 文化产业的定义.....	5
第二节 旅游文化观光产业等相关概念.....	7
1.2.1 文化观光的定义.....	7
1.2.2 文化观光产业的定义.....	8
1.2.3 旅游产业的定义.....	10
第二章 海峡两岸旅游文化观光产业发展状况.....	11
第一节 制度与政策.....	11
2.1.1 台湾.....	11
2.1.2 大陆.....	12
2.1.3 海峡两岸.....	13
第二节 产业与经济.....	14
2.2.1 台湾.....	14
2.2.2 大陆.....	16
第三节 结构与趋向.....	20
2.3.1 台湾.....	20
2.3.2 大陆.....	20
第三章 个案思考与分析：北京故宫与台北故宫文化行销比较...	23
第一节 历史文化背景.....	23
3.1.1 文化积淀浓厚：宝贵的皇室遗产.....	24
3.1.2 人文色彩独特：经典的建筑风格.....	25

3.1.3 艺术造诣精深：完美的历史重现	26
第二节 教育交流互动	26
3.2.1 台北故宫	26
3.2.2 北京故宫	28
第三节 科技网络传播	29
3.3.1 台北故宫	30
3.3.2 北京故宫	31
第四节 媒体制作合作	32
3.4.1 台北故宫	32
3.4.2 北京故宫	33
第五节 衍生产品营销	35
3.5.1 台北故宫	35
3.5.2 北京故宫	36
第四章 海峡两岸旅游文化观光产业存在的问题及对策建议	38
第一节 现存问题	38
4.1.1 从台湾地区行销模式来看	38
4.1.2 从大陆地区行销模式来看	39
4.1.3 从海峡两岸交流合作模式来看	40
第二节 对策建议	40
4.2.1 拓宽合作领域	40
4.2.2 打造知名品牌	41
4.2.3 强化人才支撑	42
4.2.4 聚合产业功能	42
4.2.5 推进陆海联动	43
4.2.6 深挖文化内涵	44
结 论	46
参 考 文 献	47
附 录	57
致 谢 语	58

Table of Contents

Abstract in Chinese.....	I
Abstract in English	II
Introduction.....	1
1. literature review	3
1.1 Cultural Creative Industry	3
1.1.1 Definitions of culture	3
1.1.2 The definition of cultural industry	5
1.2 Tourism Cultural Tourism Industry and Related Concepts.....	7
1.2.1 The definition of cultural tourism	7
1.2.2 The definition of tourism and culture tourism industry	8
1.2.3 The definition of tourism industry	10
2. Communication and Cooperation Between Cross-strait Cultural	
Tourism	11
2.1 Regulation and Policy	11
2.1.1 Taiwan.....	11
2.1.2 Mainland	12
2.1.3 The Strait.....	13
2.2 Industry and Economy.....	14
2.2.1 Taiwan.....	14
2.2.2 Mainland	16
2.3 Structure and Tendency	20
2.3.1 Taiwan.....	20
2.3.2 Mainland	20
3. The Similarities and Differences of Marketing Between The Palace	
Museum in Beijing and Taipei	23
3.1 Historical and Cultural Background	23

3.1.1 Massive Cultural accumulation: Precious Royal Heritage	24
3.1.2 Unique Humanistic Scene: Classical Architectural	25
3.1.3 Profound Artistic Cultural: Time-Honored Historial Backgroun.....	26
3.2 Education Campaing.....	26
3.2.1 Taipei Palace	26
3.2.2 Beijing Palace	28
3.3 Online Communication	29
3.3.1 Taipei Palace	30
3.3.2 Beijing Palace	31
3.4 The Cooperation with Music and Film.....	32
3.4.1 Taipei Palace	32
3.4.2 Beijing Palace	33
3.5 Derivatives Marketing	35
3.5.1 Taipei Palace	35
3.5.2 Beijing Palace	36
4. The Cross-straits Tourism Culture Tourism Industry Problems and Countermeasures	38
4.1 Existing Problems.....	38
4.1.1 The Model of Marketing in Taiwan	38
4.1.2 The Model of Marketing in Mainland	39
4.1.3 The Cooperative and Communicational Model between The Strai	40
4.2 Sollution and Suggestion.....	40
4.2.1 Expanding Areas of Cooperation	40
4.2.2 Creating Famous Brand	41
4.2.3 Strengthening Talent Supporting	42
4.2.4 Polymerization industry function.....	42
4.2.5 Propulsion luhai linkage	43
4.2.6 Uneath culture connotation.....	44
Conclusion	46
Reference	47
Appendix.....	57
Acknowledgements.....	58

绪 论

文化观光被联合国教科文组织（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 简称 UNESCO）定义为文化创意产业的一个重要组成部分，是一种与创造和文化交流的过程密切相关的旅游活动。近年来，文化创意产业作为一个整体的概念已经与市场经济的发展紧密联系，也被认为是当前各国带动经济发展的主要产业之一。为了促进第三产业的发展 and 市场经济的繁荣，许多国家和地区逐渐以当地的传统文化以及地方文化特色、艺术的开发与延伸为中心来促进协调文化产业经济的发展。在贸易全球的过程中，文化创意产业逐渐站上了市场竞争的舞台。在中国大陆地区，经过三十年的改革开放，文化产业迅速崛起，经济大幅增长，是中国大陆改革开放的重要成果。而台湾地区同样也重视其对经济发展的意义和作用，根据 2008 年台湾地区发展重点计划（2002-2007），台湾地区经济部、文建会、教育部与新闻局将负责大力推动和带动文化创意产业链提升产业价值。

与此同时，随着全球化进程的加快，文化创意产业在不同的国家和地区也被赋予了不同的概念和定义。在学术研究中，文化创意产业被广泛的关注，尤其在多民族文化融合的东方，它已经成为了研究人类行为、社会分层、意识形态和市场经济结构的重要手段。随着海峡两岸的文化交流逐渐密切，各种文化创意产业相关论坛和会议在两岸频繁召开，旨在通过两岸的交流与沟通，以两岸社会文化特色为核心，整合两岸文化产品与资源促进两岸的和谐沟通和学术交流。

而旅游文化观光作为文化创意产业的一个主要分支，许多国家已经将其视为复苏地方经济发展上重要的一环。因此近年来，不论国内或国外几乎都在努力发展观光休闲事业，以自然景观、文物古迹、历史文化之类的地区特色为号召，吸引国内外游客。以及开发一系列衍生产品，吸引更多游客的关注，以各种营销手法提示地区的经济效益。但是在对文化观光的学术研究上，无论是中国大陆还是台湾地区对其概念和结构的定义都存在许多分歧，对其自身发展和社会意义的研究都尚属于起步阶段。因此，该论文将从两岸的旅游文化观光产业的定义、政策、架构、组织模式等方面进行比较研究，从分析出两岸旅游文化观光产业的区别与

联系入手，通过比较研究个案分析，总结出旅游文化观光产业所面临的问题与应对措施，试图从中找出两岸交流的新契机，以旅游业带动两岸经济的繁荣发展。

厦门大学博士论文摘要库

第一章 理论文献与概念定义梳理

第一节 文化与文化产业相关定义

1.1.1 文化的定义

“文化”(culture)从拉丁文的词根来看有教化之意。当然随着时代的发展,文化被赋予不同的含义。例如:在1952,美国批判学者阿尔弗雷德 Alfred Kroeber 和克莱德 Clyde Kluckhohn 在《文化:概念和定义的批判回顾》中列举了164种对文化的不同定义,但是现在文化被最广泛的运用在描述人文和艺术的品位即高等文化;一种融合人类知识、信仰和行为的符号想象的能力和社会学习的能力;一种机构、组合和团体的分享态度、价值、目标和实践^①。

而在欧洲,英国文化学家泰勒于1871年在《原始文化》一书中对“文化”,一词做了解释:“文化是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体”。

从文化观念的演变来分析,根据英国文化学者威廉(Raymond Williams)的观点,从18世纪末开始,“culture”的定义与用法有了巨大的改变从18世纪的“自然成长倾向”到19世纪的“心灵的状态或习惯”、“一个社会整体中知识的发展”和“各种艺术类型的总合”再到19世纪末“一种物质或精神上的整体生活方式”,文化的定义变得更加广泛而具体。

在18到19世纪的欧洲,文化的概念在农业和园艺中被定义为教化和进步的过程。在19世纪,它被第一次定义成一种自我的提升和提炼,特别是从教育到民族理想的实现。到19世纪中叶,一些科学家用文化来定义人类的能力。

在1982年召开墨西哥的世界文化大会发表的《总报告》和《宣言》中,对文化含义的描述得到了大多数人的认可。主要体现为:一是精神的、物质的、理智的和情感特征的完整复合体;二是自我反思的能力、判断力和道义感,人正是通过文化表现自己、认识自己、承认自己的不完善、怀疑自己的成就、不倦地追求新的意义和创造出成果,由此超越自身的局限性;三是思考和组织生活的方式、

^① Adolf Bastian. Today in Science History. 27 Jan 2009 Today in Science History

被广泛认知的知识领域和价值观念。

在 21 世纪初期,联合国教科文组织将“文化”定义为:文化是一系列关于精神与物质的精髓,以及社会或社会团体的情绪特征,除了艺术和文学,它还包含了生活形态与共同的生活方式、价值系统、传统与信仰^①。

在中国古代,文化的概念和定义也经历了由抽象到具体的变化。文化的意识至少可以追溯到西汉时期,“文化”一词最早出现于刘向《说苑·指武篇》:“圣人之治天下,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也;文化不改,然后加诛。”这里的“文化”是指文治为法,以礼乐典章制度为依据而教化臣民。这与 18 世纪西方国家对文化的定义十分接近有教化和礼数之含义。^②

在中国辛亥革命时期,挽救民族危亡,争取国家的独立、民主和富强文化一词被广泛定义为一种精神的力量。梁启超在《中国历史研究法》说“文化是人类思想之结晶。”而钱穆在《文化大义》中定义文化为“人类生活之综合全体,必有一段相当时期之绵延性与持续性。

事实上从中国古代对“文化”一词的理解来看,最早出现于西汉时著名学者刘向所撰之《说苑·指武》,但其意旨在《易经》中即已存在;后应用日广,并与教育发生联系;清代时逐渐用于国际交流领域;19 世纪末叶,学界先贤在翻译英文 Culture 时,从含义和概念的角度出发,运用了“文化”一词与之对应,虽是典型的古诗词新用,但十分贴切自然。其后便被普遍应用于诸多领域,成为当今最强势的名词之一。

上世纪 40 年代初,毛泽东在论及新民主主义文化时说:“一定的文化是一定社会的政治和经济在观念形态上的反映。”这里的文化与英国文化学家泰勒在《原始文化》对文化概念的描述中都注意了文化与当前社会政策和人文环境的互动关系。

在《现代汉语词典》对文化的定义可以分为三类:人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和,特指精神财富,如文学、艺术、教育、科学等;考古学用语,指同一个历史时期的不易分布地点为转移的遗迹、遗物的综合体。同样的工具、用具、制造技术等是同一种文化的特征,如仰韶文化、龙山文化。运用文字的能力及一般知识:学习文化、文化水平。文化概念定义是人

^① 陈滢巧,《图解文化研究》,[M],台北:易博士文化出版,2006 年

^② 余达淮,《文化定义 文化表现形式 文化生产》,[J],2003 年 10 月 12 日

的人格及其生态的状况反映。广义的文化是人类创造出来的所有物质和精神财富的总和。其中既包括世界观，人生观，价值观等具有意识形态性质的部分，由包括自然科学和技术，语言和文字等非意识形态的部分。文化是人类社会特有的现象。文化是由人所创造，为人所特有的，有了人类社会才有文化，文化是人们社会实践的产物^①。

我们今天使用的“文化”一词，是 19 世纪末的欧洲学界对文化的理解，在翻译英文 Culture 时，运用了“文化”一词与之对应，堪称巧思绝对，颇具匠心。查《美国传统词典》“Culture”字源意义为：“广泛传承的行为规范，信仰，制度和所有其他人类劳动及思想产品的总和。广义是人类在社会实践过程中所创造的物质、精神财富的总和；狭义是指自然科学技术和社会意识形态等人类精神产品的社会意识形式。作为一种历史现象，其有历史继承性；作为社会意识形态，其反映着一定社会政治经济的水准。”^②因对译关系，上述定义也就是当今汉文“文化”一词之定义。

1.1.2 文化产业的定义

文化产业的概念第一次被批判理论学者霍克海姆 Theodor Adorno (1903 - 1969) 和阿多尔诺合 Max Horkheimer (1895 - 1973) 在《启蒙的辩证法》Dialectic of Enlightenment 中提出，他们认为大众文化是危险的有高难度的高等艺术，而文化产业可能会培养出一种人类的错误需求，一种被资本主义所制造也满足他们需求的产业。而另一方面，马尔库塞 (Herbert Marcuse) 把文化产业定位一种真实的需求即自由、创意和真正快乐^③。

在 20 世纪的欧洲许多国家的确把文化产业定义为一种造成当今世界文化存在方式，文化格局，文化观念，文化生产方式，文化接受和消费方式，文化作用方式的改变的文化现象^④。这种方式把文化推向市场，具有了文化艺术和产品生产的双重属性，与其他产业一样，按资本运行逻辑生产，追求利润最大化和资本增值。

联合国教科文组织对“文化产业”的定义是结合创造、生产与商品化的方式，

^① 张海欣，《浅析中西文化之差异》，[J]，《科教文汇》，2010 年

^② 邱永君，《汉语“文化”一词的由来》，[Z]，《中国华文教育网》，2009 年 09 月 04 日

^③ Herbert Marcuse, *Eros and Civilization*, Boston, 1955

^④ 欧阳友权，《文化产业通论》，[M]，湖南：湖南人民出版社，2006 年

具有无形资产与文化概念的特性，基本上受到了著作权法的保障，而以产品的或是服务的形式呈现^①。

在学术研究中，文化产业在欧洲被分为法兰克福派和英国文化学派，法兰克福学派和英国文化研究学派都属于批判学派。法兰克福学派主要批判文化的经济化、商品化，反对文化与政治文化与独裁文化，倡导自由，坚决否定文化工业所造成的人的异化或者是阶级的分化等^②。

后者吸收并重释了法兰克福学派的相关理论，但是提出了大众的概念，把文化产业定义为是大众生产的，而不是文化工业生产的，文化工业所做的，只是为大众提供了“剧目”和文化资源，最终还是大众的要求产生出了商品。二战以后，美国迅速崛起，对文化产业的理论研究中，弗雷德里克·杰姆逊（Fredric·Jameson）创造了后现代主义概念。他坚持精英文化的概念，批判英国文化研究学派的大众文化理论。于此同时，他还提出文化全球化的动机是商业运作的内在扩张，这种全球化现象对地域文化产生消解效果^③。

关于中国大陆对文化产业的定义首先从理论上说，文化产业包括文化生产和文化产品的这种两重特征，既要看到它的意识形态属性一面，又看到它的物质形态一面，既将它摆到精神文明建设的重要地位，又将它放到经济的层面进行考察^④。

在中国 2004 年国家统计局在与中共中央宣传部及国务院有关部门共同研究的基础上，制定了《文化及相关产业分类》，具体包括：文化产品制作和销售活动、文化传播服务、文化休闲娱乐服务、文化用品生产和销售活动、文化设备生产和销售活动、相关文化产品制作和销售活动。2009 年 9 月在中共党的第十七次代表大会上，发布了《文化产业振兴规划》把（文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫）等产业归为文化产业并提出了加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展的方针政策。

据前香港大学文化政策研究中心总监许焯权在《香港创意产业基线研究》中的定义，文化产业指：“一个经济活动群组，开拓和利用创意、技术及知识产权以生产并分配具有社会及文化意义的产品与服务，更可望成为一个创造财富和就

^① 夏学理、施沛琳、陈国政等，《文化创意产业概论》，[M]，台湾：五南出版社，2008 年

^② <http://www.zijin.net/news/overseasfax/2008-1-10/n081105371F2C9901DJF5B1.shtml>，2008 年 1 月 10 日

^③ 张胜冰、徐向昱、马树华，《世界文化产业概要》，[M]，昆明：云南大学出版社，2006 年。

^④ <http://szgh.hefei.gov.cn/n7216006/n8687738/n8688121/n8689152/8771582.html>，2007 年 10 月 9 日

业的生产系统”。

台湾把文化产业称为文化创意产业^①，而文化创意产业一词在 2002 年被台湾行政院第一次提出，在 2004 年《台湾文化创意产业发展年报》中文化创意产业被定义为源自创意与文化的积累，透过智能财产的形成与运用，具有创意财富与就业机会潜力，并促进整体生活环境提升的行业，包括：视觉艺术产业、音乐与表演艺术产业、文化展演设施文化、工艺产业、电影产业、广播电视产业、出版产业、广告产业、设计产业、数字休闲娱乐产业、设计品牌时尚产业、建筑设计产业、创意生活产业等 13 项产业。

第二节 旅游文化观光产业等相关概念

1.2.1 文化观光的定义

联合国教科文组织对“文化观光”的定义：“一种与文化环境，包括景观、视觉和表演艺术和其它特殊地区生活形态、价值传统、事件活动，和其它具有创造和文化交流的过程有关的旅游活动^②”

学者 Bob Mckercher（加拿大）与 Hilary du Cros（澳大利亚）在其合著的 Cultural Tourism: the partnership Between Tourism and Cultural Heritage management（文化旅游与文化遗产管理）（2002）一书中引用了世界观光组织（1985）对“文化观光”的解释：“文化观光本质上是指人们基于满足某些文化动机，实际从事受文化的激励诱引而进行或研究如何，参加观赏表演艺术、观看嘉年华、节庆及祭典、造访某些历史遗迹或纪念景点，或在旅行的过程中学习自然、认识观赏自然、参观民俗艺术，以及朝圣等观光活动的文化旅游团”。这个定义同时被台湾国立交通大学的刘大和教授认同，他认为“文化观光从狭义的角度而言，指的是个人为特定的文化动机，像是游学团、表演艺术或是文化旅游、嘉年华会或古积遗址等而从事观光的行爲；广义而言，文化观光包含所有人们的活动，它为了去满足人类对多样性的需要，并试图籍由新知识、经验与体验中，深化个人的文化素养^③。”

^① <http://www.huaxia.com/gdtb/thlw/2009/07/1489233.html>, 2009 年 7 月 8 日

^② UNESCO, 2001-2003, pp.21-23

^③ 刘大和, 2005, 引转自夏学理、施沛琳、陈国政等,《文化创意产业概论》, 2008

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库